

STRATEGI KOMUNIKASI SOLO RADIO DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA  
MELALUI PROGRAM SIARAN MANAHAN

*COMMUNICATION STRATEGY OF SOLO RADIO IN MAINTAINING ITS EXISTENCE THROUGH  
THE MANAHAN BROADCASTING PROGRAM*

Muhammad Trisna Novendra, Dra. Nurnawati Hindra H, M.Si, Haryo Kusumo Aji, S.Ikom., M.Ikom

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
[Muhammadnovendra311@gmail.com](mailto:Muhammadnovendra311@gmail.com), [nurna.hin@gmail.com](mailto:nurna.hin@gmail.com)

ABSTRAK

Radio adalah sarana komunikasi massa yang dapat mengirimkan informasi dengan kecepatan tinggi tanpa dibatasi oleh waktu maupun ruang. Radio memiliki keunggulan dibandingkan media lainnya, karena individu yang menikmati radio bisa sambil mengerjakan tugas-tugas lainnya. Untuk mempertahankan eksistensinya, sebuah radio dituntut untuk bisa melakukan strategi komunikasi yang tepat. Tujuan penelitian ini yakni untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang diterapkan Solo Radio dalam mempertahankan eksistensinya melalui program siaran Manahan. Strategi komunikasi merupakan kombinasi dari perencanaan komunikasi (*communication plan*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) demi mencapai tujuan yang terlebih dahulu telah ditentukan. Eksistensi pada radio dapat digambarkan bahwa ada kelanggengan pada radio untuk selalu meneruskan usahanya di bidang siaran, selalu ada untuk khalayak atau pendengarnya. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menggambarkan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Solo Radio agar bisa mempertahankan eksistensinya melalui program siaran Manahan. Adapun aspek-aspek yang diteliti dari strategi komunikasi berdasar teori Langkah-langkah strategi komunikasi yang meliputi: mengetahui audiens, penyusunan pesan, menetapkan metode penyampaian, pemilihan media komunikasi. Secara keseluruhan diperoleh gambaran bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Solo radio dalam mempertahankan eksistensinya melalui program siaran Manahan adalah: 1). menghadirkan konten yang berkualitas; 2). menjalin hubungan baik dengan pendengar; 3). memanfaatkan media sosial untuk memviralkan sebuah acara; 4). mengadakan event dan promosi:

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Solo Radio, Manahan

## ABSTRACT

*Radio is a means of mass communication that can transmit information at high speed without being limited by time or space. Radio has an advantage over other media, because individuals who enjoy radio can do other tasks while doing other tasks. To maintain its existence, a radio is required to be able to carry out the right communication strategy. The purpose of this study is to describe the communication strategy applied by Solo Radio in maintaining its existence through Manahan broadcast programs. The research question revealed is how is the communication strategy of solo radio in maintaining its existence through manahan broadcast programs? Data collection is done by means of interviews and observations. The results of this study illustrate the communication strategy applied by Solo Radio in order to maintain its existence through Manahan broadcast programs. The aspects studied of communication strategy based on theory Communication strategy steps include: knowing the audience, compiling messages, determining delivery methods, choosing communication media. Overall, it is obtained that the communication strategy applied by Solo radio in maintaining its existence through Manahan broadcast programs is: 1) presenting quality content; 2). establish good relationships with listeners; 3). utilizing social media to viralize an event; 4). Hold events and promotions:*

*Keywords : Communication Strategy, Solo Radio, Manahan*

## PENDAHULUAN

Radio adalah sarana komunikasi massa yang dapat mengirimkan informasi dengan kecepatan tinggi tanpa dibatasi oleh waktu maupun ruang. Menurut Cangara (2014) bahwa radio memiliki keunggulan dibandingkan media lainnya, bahwa individu dapat menikmati radio sambil melakukan tugas-tugas lainnya misalkan memasak, menulis, atau menjahit, dan mudah dibawa kemana-mana. Juga, bahkan tanpa listrik, radio dapat didengar di daerah terpencil. Inilah yang sebenarnya dilakukan radio, meskipun gambaran visual yang detail tidak dapat dilakukan oleh radio, namun radio merupakan satu-satunya media yang bisa memberikan gambaran imajinasi para pendengarnya, sehingga berita dari stasiun dapat memicu imajinasi sekilas pendengarnya (Romli, 2017). Sampai hari ini, audiens yang unik tetap tertanam kuat di benak pendengar radio. Riset yang dilakukan oleh IDN Riset Institute (dalam "Televisi, Media Paling Banyak Dikonsumsi milenial Indonesia", 2020) menunjukkan bahwa sebanyak 24% masih menjadi pendengar setia radio. Hal tersebut membuktikan bahwa radio tetap memiliki sasaran khalayak sendiri. Sebuah laporan tahun 2016 dari situs Nielsen Radio

Audience Measurement menggambarkan penetrasi media radio masih moderat di 38%, atau radio Indonesia masih didengarkan oleh sekitar 20 juta pendengar. Hasilnya juga menunjukkan bahwa 57% dari semua pendengar radio adalah Gen Z dan Milenial atau konsumen masa depan. Terakhir, dari 10 pendengar radio, 4 orang mendengarkan radio di perangkat dari ponsel mereka (Aries, 2021). Laporan survey Nielsen bahwa pendengar radio dari 11 kota di Indonesia menggambarkan rata-rata 139 menit sehari orang mendengarkan radio. Temuan lain dari 2 Nielsen juga melaporkan bahwa intensitas orang mendengarkan radio setiap minggu telah meningkat selama bertahun-tahun. Pendengar radio hanya menghabiskan 16 jam dalam seminggu di radio pada tahun 2014, meningkat menjadi 16 jam 14 menit di tahun 2015 dan menjadi 16 jam 18 di tahun 2016 menit setiap minggunya. "Hasil survey diatas menjadi salah satu bukti bahwa radio belum akan mengalami masa suram," kata Rofiuddin. Website resmi Badan Penyiaran Indonesia (BPI) Jawa Tengah yang ditampilkan di website [kpid.jatengprov.go.id](http://kpid.jatengprov.go.id) pada tanggal 9 April 2016 menunjukkan bahwa pada tahun 2015, di Solo Raya masih ada 30 stasiun radio mengudara. Namun, meski begitu beberapa

sudah berhenti siaran atau berhenti mengudara karena ditinggalkan pendengarnya yang akibatnya pendapatan radio juga menurun. Adapun beberapa stasiun radio yang menghentikan siarannya di kota Surakarta, salah satunya termasuk Radio Rama Solo, yang merupakan salah satu radio tertua di Surakarta, yang didirikan pada 1 Juni 1966, dengan siarannya khusus bertemakan untuk budaya Jawa. Pada tahun 1987-1988, Radio Rama mencatat kesuksesan karena adanya radio drama serentak yang dijadwalkan di seluruh Indonesia yang populer dan disiarkan di Radio ABC Surakarta. Perjalanan Radio Rama berakhir ketika pendengar mulai meninggalkannya, dan pendengar menurun yang akhirnya radio memutuskan untuk berhenti mengudara pada 14 Mei 2015.

Adalah tugas administrator radio untuk memastikan bahwa radio terus melakukan apa yang dimaksudkan untuk dilakukan, yaitu untuk benar-benar melayani kepentingan banyak orang, selain itu adanya teknologi radio yang berkembang di masyarakat luas, penting bagi pengelola radio juga perlu membentuk segmentasi yang tepat dan format siaran agar tetap mendapatkan pendengar, dan dari pendengar tersebut, radio bisa mendapatkan iklan untuk keberlangsungan perusahaan radio, serta untuk mendukung kemajuan dan eksistensi radio tersebut. Di kota Solo, masih ada radio yang tidak hanya bertahan hingga saat ini namun juga berprestasi ialah Solo Radio yang berdiri sejak tahun 2003, yang menasar ke golongan anak muda dengan batasan umur audiens usia 13 hingga 30 tahun. Menurut situs resminya, Radio Solo telah memenangkan berbagai penghargaan, versi organisasi LPS radio (Lembaga Penyiaran Swasta) sebagai radio terbaik di Jawa Tengah pada tahun 2014, yang mengangkat nama Abbas Rozaq sebagai penyiar

terpopuler dan terbaik 2014 oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) Jawa Tengah. Solo Radio sudah diakui sebagai radio paling populer di kota Solo dengan segmentasi anak muda dibandingkan dengan radio dengan segmentasi yang sama. Terbentuknya radio dengan sasaran anak muda menjadi salah satu keberhasilan Solo Radio, yang mana dapat dilihat dari akun media sosial yang dimiliki Solo Radio di akun Instagram miliknya. Akun Instagram Radio Solo dinilai paling kuat kehadirannya dibandingkan stasiun radio lain di Surakarta. Per Juli 2022, Solo Radio memiliki pengikut Instagram terbanyak di akun Instagram @Solo\_radio, dibandingkan dengan radio PTPN dengan 31.100 pengikut yang diakses pada 24 Juli 2022.

Solo Radio terbukti lebih eksis dibandingkan radio PTPN, terbukti dari jumlah followers di akun Instagram masing-masing radio secara signifikan selisihnya lebih banyak Solo radio. Solo radio mempunyai banyak follower karena banyak program yang disajikan antara lain program sriwedari yang mana program prime time pagi solo radio yang mengudara setiap senin - jumat jam 6 - 9 pagi, balekambang yang merupakan program rikuest weekend pagi hari, indo banget yang mana merupakan program rikuest yang mengudara setiap senin - jumat jam 12 siang - 3 sore, program ini spesial memutar lagu lagu indonesia saja, kongkow-kongkow yang mana program rikuest malam hari yang mengudara setiap senin - jumat jam 6 - 9 malam, lek-lekan yang mana merupakan program malam yang mengudara setiap senin - jumat jam 9 sampai 12 malam. Dibawakan oleh duo mc, dan lain sebagainya. 4 Program yang diunggulkan oleh Solo Radio adalah program Manahan, yang mana program ini sudah dimulai tahun 2014 ini dengan singkatan dari " makin asik makin gak nahan ", dan penamaan program ini

memiliki arti, semakin lama semakin tidak tahan untuk tidak berpartisipasi atau mengajukan permintaan lagu pada penyiar. Topik yang disajikan berbeda setiap harinya. Pemilihan topik juga didasarkan pada apa yang biasanya dialami dan dihadapi oleh pendengar dalam keseharian mereka. Solo Radio juga telah menggunakan nama tempat Solo menjadi nama acaranya, dengan tujuan agar kota Solo selalu dikaitkan dengan benak pendengarnya. Program Manahan setiap hari tayang pada jam 3 sore sampai jam 6 sore WIB hari Senin sampai Jumat, yang memutar lagu-lagu dalam dan luar negeri yang sedang hits saat itu. Program Manahan sendiri dibawah naungan dua penyiar dan satu produser. Penyiarinya adalah Restu Bagus dan Panka, dan produser yang menaunginya adalah Fahlevi. Program Manahan ini berkonsep evening show yang dikemas secara fresh and fun berdurasi selama empat jam dan terbagi menjadi empat segmen yaitu: 1). Di sesi pertama yakni double shot request dua lagu dari musisi yang berbeda pada jam 15.00 -16.00 WIB. Penyiar akan membaca request-an pendengar yang telah dikirim melalui Whatsapp dan question box lewat official Instagram @Solo\_Radio; (2) Di sesi kedua ada segmen Telur (Tebak tebak an lucu dan ngawur). Segmen ini berlangsung dari jam 16.00 -17.00 WIB dimana penyiar akan memberikan sebuah tebakan yang dimana nantinya pendengar Solo Radio menebak tebakan tersebut melalui status Whatsapp; (3) Ngobras (Ngobrol asik sore sore) berisikan informasi dan topik obrolan mengenai kehidupan kita sehari - hari dengan teman yang berbeda setiap harinya yang sudah ditentukan oleh Produser dan Program Director dalam rapat mingguan. Pendengar dapat mengikuti obrolan ini dengan interaksi melalui status Whatsapp. 5 Program manahan ini dapat digambarkan sebagai strategi komunikasi yang dilakukan Radio Solo untuk menarik

perhatian pendengar yang mana sebenarnya juga masih disukai oleh masyarakat di Kota Solo. Hal ini dalam rangka juga untuk mempertahankan eksistensinya. Program Manahan itu sendiri diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendengar radio solo karena sifatnya yang menghibur masyarakat. Sehingga eksistensinya tidak pernah mati. Sebab sebuah radio kalau sudah tidak lagi eksis lama-lama akan mati dan akhirnya turun dari udara. Eksistensi bagi setiap komunitas adalah penting, karena dengan adanya eksistensi suatu komunitas sosial akan lestari dan orang lain akan terus mengakui keberadaannya, salah satunya adalah komunitas pendengar radio Solo. Tentu saja, ada perbedaan keberadaan satu komunitas dengan lainnya, tergantung pada strategi yang mereka gunakan untuk mempertahankan eksistensinya. Agar komunitas dapat terus eksis, dibutuhkan dukungan dari anggotanya, oleh karena itu, suasana yang kondusif sangat diperlukan demi kerjasama diantara anggotanya yang erat serta terdukungnya eksistensi komunitas tersebut. Diperlukan strategi komunikasi untuk mendukung eksistensi tersebut. Bahkan, strategi komunikasi yang dilakukan Radio Solo begitu berhasil menarik perhatian pendengar hingga masih disukai oleh warga kota Solo. Adapun penerapan strategi komunikasi oleh Program Manahan tidak hanya menyiarkan program hiburan, tetapi juga menyampaikan berbagai informasi terkini terkait dengan keseharian kehidupan pendengar. Seperti yang ditunjukkan Lang (2015) bahwa menentukan strategi komunikasi yang tepat merupakan upaya oleh Fairfax Radio untuk tetap menjadi nomor satu di Australia. Adapun program unggulan Fairfax Radio, yang menjadikan radio tersebut nomor satu di Australia, adalah liputan turnamen kriket di Australia. Dengan adanya kecintaan orang Australia

terhadap kriket, pada akhirnya bahwa hal apa saja yang terkait dengan informasi

dan kriket akan membuat orang Australia selalu mendengarkan siaran kriket di Radio Fairfax. 6 Solo Radio adalah sebuah radio dengan program yang sangat populer dan penampilan yang cukup bagus bagi para pendengarnya, radio solo mempunyai strategi komunikasi tertentu yang dapat membuatnya berprestasi juga bisa mempunyai jumlah pendengar yang sangat besar. Analisis dalam penelitian ini meliputi strategi komunikasi yang digunakan dalam Program Radio Manahan Solo. Dipilihnya program Manahan karena menurut direktur program Radio Solo, program Manahan ini sebagai program dengan pendengar yang paling banyak dibandingkan dengan program radio solo lainnya. Berdasar paparan tersebut, rumusan masalah bagi penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi solo radio dalam mempertahankan eksistensinya melalui program siaran manahan?

## Tinjauan Pustaka

### A. Strategi

#### 1. Strategi Komunikasi

Strategi adalah yang digunakan untuk mencapai tujuan dan juga dalam perkembangannya (Rangkuti, 2015). Selanjutnya menurut Argyris (Rangkuti, 2015), Strategi adalah respon dan adaptasi yang terus menerus terhadap peluang dan ancaman luar, serta kelemahan dan kekuatan internal yang dapat mempengaruhi organisasi. Strategi pada dasarnya adalah pengelolaan dan perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, namun, untuk mencapai tujuan ini, strategi harus dapat menunjukkan apa itu taktik

operasional, bukan sekadar sebagai peta jalan. Strategi komunikasi juga merupakan kombinasi dari perencanaan komunikasi (communication plan) dan manajemen komunikasi (communication management) demi mencapai tujuan yang terlebih dahulu telah ditentukan. Memiliki strategi komunikasi berarti perusahaan harus dapat menunjukkan bagaimana operasi harus dilakukan, artinya tata cara pendekatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi dan keadaan (Effendy, 2006).

#### 2. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Arifin (1994) mengemukakan bahwa ada empat langkah dalam strategi komunikasi, yakni:

1) Mengetahui audiens adalah langkah pertama dalam upaya menciptakan komunikasi yang efektif bagi komunikator, karena dalam proses komunikasi, khalayak itu harus aktif dan sama sekali tidak pasif. Sehingga antara komunikator dan komunikan akan saling mempengaruhi tidak hanya saling berhubungan. Hal tersebut tergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif) atau agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode 9 informatif). Hal yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor situasi dan kondisi komunikan, serta faktor kerangka referensi

(frame of reference). Dalam proses komunikasi, baik khalayak maupun komunikator mempunyai kepentingan yang sama. Persamaan kepentingan harus ada, kalau tidak ada maka komunikasi tidak akan berlangsung. Seorang komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media demi berlangsungnya suatu komunikasi dan kemudian tercapainya hasil yang positif.

2) Penyusunan pesan, yaitu materi menentukan dan topik. Persyaratan utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian ialah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan AA procedure atau from Attention to Action procedure, artinya membangkitkan perhatian (attention) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (Action) sesuai tujuan yang dirumuskan (Fajar, 2017).

3) Menetapkan metode penyampaian, yang mana dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: menurut isinya dan menurut cara pelaksanaannya. Menurut cara pelaksanaannya,

dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode redundancy (repetition) dan canalizing. Menurut bentuk isinya dikenal metode edukatif, informatif, dan persuasif. Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk.

Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya. Metode edukatif, didasarkan pada gagasan, pengalaman dan fakta yang dapat sesuai dengan kebenaran, 10 menghadirkan kepada publik, yang direncanakan secara teratur dan ditujukan untuk mengubah perilaku manusia ke arah yang diinginkan. (Fajar, 2017). 4) Pemilihan media komunikasi. Pemilihan ini dibuat untuk mencapai tujuan komunikasi. Langkah-langkah yang dilakukan adalah dengan menggabungkan satu atau kombinasi beberapa alat komunikasi tergantung dari pesan yang disampaikan dan teknik yang digunakan untuk mencapai tujuan, karena masing-masing alat komunikasi memiliki kekurangannya masing-masing.

## B. Radio

Radio adalah suara, dan suara adalah aset radio yang paling penting bagi pendengar dan terkait dengan motivasi pendengar. Radio merupakan media pendengaran

(hanya bersifat dapat didengarkan saja, murah, bisa dibawa kemana saja dan didengarkan dimana saja, yang fungsinya sebagai media ekspresi, hiburan komunikasi, informasi, dan pendidikan. Sebagai media pendengaran, radio merupakan alat imajinasi yang paling ampuh karena menciptakan banyak suara dan membayangkan suara pembicara dan informasi nyata melalui telinga pendengar. Siaran radio adalah seni memainkan imajinasi pendengar dengan suara dan katakata, atau teater pikiran. (Masduki, 2013). Radio biasa diidentikkan dengan musik dan lagu, oleh karenanya radio digunakan sebagai sarana utama untuk mendengarkan musik dan lagu. Seiring bertambahnya jumlah saluran, setiap program siaran harus menggunakan pilihan format siaran tertentu. Strategi Penyiaran Radio. Dari sudut pandang manajemen strategis, program penyiaran disusun sebagai berikut: 1). Perencanaan, merupakan faktor terpenting dalam industri penyiaran karena penyiaran itu kuat dan berpengaruh. Oleh karena itu, perlu adanya rencana yang matang untuk menggunakan data dan fakta semaksimal mungkin. Manajer siaran diharapkan memperhatikan empat hal saat merencanakan program siaran mereka yakni: Produk adalah materi program yang dinikmati audiens; Harga adalah biaya produksi atau biaya pembelian program; lokasi adalah waktu mana yang paling sesuai untuk menyiarkan sebuah acara; Barang yang ditawarkan dan dijual (Morissan, 2012). 2). Kedua adalah program produksi dan pembelian. Produksi siaran adalah keterampilan yang menggabungkan

ketangkasan peralatan produksi, wawasan, dan kreativitas. Ada dua cara untuk mendapatkan program: dengan cara membeli dan memproduksi sendiri (produksi in-house). Jika stasiun radio tidak punya fasilitas produksi yang cukup tetapi ada ide yang bisa dikembangkan, caranya adalah dengan membeli acara tersebut. Ada banyak program radio dan dikemas bermacam-macam, lima di antaranya adalah iklan, jingle, talk show, interaktif, infoentertainment, berita dan informasi (Masduki, 2004:69). Unsur daya tarik sangat dibutuhkan untuk memproduksi sebuah program siaran. Radio mempunyai tiga elemen daya tarik yakni efek suara, kata yang diucapkan, dan musik. 3). Ketiga, eksekusi program. Pelaksanaan program meliputi rencana yang harus diwujudkan dalam kegiatan program. Strategi penyampaian program akan sangat ditentukan oleh bagaimana berbagai program yang disampaikan diatur atau diatur. Keputusan penjadwalan acara didasarkan pada perilaku penonton, rotasi kegiatan sepanjang hari dan kebiasaan mendengarkan radio pada waktu tertentu. Pada prinsipnya siaran radio harus bisa mengiringi kegiatan apapun (Prayudha, 2005). 4). Keempat, monitoring dan evaluasi program. Seberapa baik stasiun radio dapat mewujudkan rencana dan tujuannya adalah bagian dari proses pemantauan dan evaluasi. Pada monitoring program, dalam hal ini pengelola program harus melakukan pengawasan semua isi program untuk memastikan bahwa sesuai dengan standar penyiaran dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, menetapkan standar

penyiaran, memelihara rekaman 12 program siaran, mengawasi kegiatan staf program dan untuk memimpin, dan memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang direncanakan (Morissan, 2008).

### C. Program Siaran Radio

Program adalah Semua hal yang disiarkan kepada pemirsa oleh media penyiaran, dan untuk menarik perhatian pemirsa. Intinya sebuah program dibikin untuk menarik perhatian pemirsa, sehingga pada dasarnya semua radio memiliki format siarannya sendiri. Penyiaran adalah hasil (output) dari stasiun penyiaran yang dioperasikan oleh lembaga penyiaran, dan merupakan efek sinergis dari kreativitas manusia dan kecanggihan alat dan perangkat, atau kombinasi perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software). Adanya spektrum terbuka yang semakin luas juga memperlebar persaingan dengan stasiun radio lain. Oleh karena itu, pengelola radio harus pintar mengelola strategi penyiaran yang kompetitif. Faktor penting yang harus diperhatikan sebelum disiarkan kepada pendengar adalah penyajian program. Karena tayangan menarik menarik pendengar setia. Artinya, pendengar tidak akan puas dengan program yang disajikan dan beralih ke radio lain. Menurut Wahyudi (2013), peningkatan program siaran sangat penting karena merupakan salah satu faktor terpenting dalam menarik perhatian pendengar. Siaran radio memiliki beberapa jenis program yang dapat dikelompokkan berdasarkan segmentasi pendengarnya. 1). Musik. Sejarah penyiaran sebagai media sosialisasi musik melalui telinga juga sama. Radio adalah media hiburan

dan musik sebagai menu utamanya. 2). Berita dan informasi. Berita menjadi program yang semakin dominan di radio seiring dengan semakin terbukanya situasi ekonomi dan politik serta tumbuhnya kesadaran kritis di kalangan pendengar. Dua model paket berita radio: Baik acara hiburan maupun politik dan kriminal langsung dari lokasi acara (live report). Rekaman itu kemudian disiarkan di radio pada waktu tertentu. 3). Berbicara interaktif. Berbicara berarti "melihat" naskah sebagai panduan untuk mengimprovisasi pidato Anda. Selain memutar musik, radio sering menawarkan berbagai program bahasa interaktif yang melibatkan pendengar, seperti: B. Permintaan lagu, curahan hati, kuis, percakapan gratis. Namun, harus memenuhi standar siaran yang ada. 4). Debat publik. Radio menjadi platform untuk berpikir kritis tentang situasi sosial, ekonomi dan politik. Wise Scheduling memanfaatkan peluang tersebut dengan menghadirkan berbagai program debat publik tentang isu kesehatan, seksualitas, isu narkoba, dinamika elit politik, dan banyak lagi. Dari segi konten, program radio terdiri dari laporan berita, komentar, pengumuman, dokumenter pendidikan dan informasi, musik, wawancara, diskusi, program religi, drama, dan acara khusus wanita (Romli, 2017). Tergantung pada tujuannya (maksud), program radio harus mencapai respon yang diinginkan pada siaran tertentu. Program ini bertujuan untuk membangkitkan respons emosional seperti kepercayaan diri, harapan, ketakutan, ingatan, dan frustrasi. Lebih lanjut Asep Sayamsul M.



Romli, dalam bukunya *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, menyatakan bahwa program siaran yang berkaitan dengan jam tayang (jadwal siaran) antara lain: 1). Sebuah program harian (regular program) yang disiarkan secara teratur pada waktu yang sama setiap hari. Biasanya Senin sampai Jumat. 2). Program mingguan (program mingguan/program khusus): Program yang disiarkan seminggu sekali pada hari dan waktu yang sama, termasuk program khusus pada hari Sabtu dan Minggu (program akhir pekan). Program siaran tertentu tidak disiarkan pada waktu yang sama, dan penempatan waktu dan waktu tayang juga menyeimbangkan penawaran program siaran. Program siaran memiliki dampak yang sangat luas bagi khalayaknya, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, lembaga penyiaran harus bertanggung jawab secara moral berdasarkan aturan Kode Etik Penyiaran. Salah satunya adalah bahwa penyiaran harus mampu mempromosikan kehidupan sosial yang harmonis dan toleransi beragama, menciptakan cita-cita yang memperkuat nasionalisme, dan memperkenalkan budaya ke dalam kerjasama internasional. Menurut Morissan (2005), format penyajian berita adalah: 1). Sebuah siaran langsung (live) di mana reporter menerima fakta atau peristiwa aktual dan laporan dari lokasi itu pada waktu yang sama. 2). Ketika siaran ditunda, para reporter diberitahu fakta sebenarnya dan kembali ke studio untuk memprosesnya sebelum siaran. Informasi yang diterima dapat dikemas menjadi berita langsung (straight news) atau

berita masa depan. Pembicaraan radio (talk show), di sisi lain, biasanya dipimpin oleh seorang moderator dan satu atau lebih orang referensi membahas topik yang telah dirancang sebelumnya (Rahmat, 2004). Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa proses produksinya program radio dapat diproduksi secara taping atau direkam terlebih dahulu setelah itu biasanya mengalami proses editing lalu disiarkan. Lalu program radio ada yang diproduksi secara live atau siaran langsung jadi saat siaran dilakukan di studio saat itu juga langsung disiarkan.

#### D. Eksistensi

Menurut Dagun (dalam Nainul Khutniah, 2013) menyatakan bahwa kata eksistensi berasal dari kata latin *existere*, *ex* = dari, *xitere* = ada, berarti sesuatu, sesuatu yang nyata, sesuatu yang dialami. Konsep ini menekankan bahwa sesuatu itu ada. Selanjutnya dikatakan bahwa dalam kehidupan sosial manusia, konsep keberadaan adalah yang paling penting, dan keadaan atau keberadaan seseorang didahulukan. Eksistensi dapat diartikan bahwa keberadaan manusia tidak statis tetapi selalu diandaikan, yaitu manusia selalu bergerak dari kemungkinan menuju realitas. Proses ini sedang berubah. Jika mungkin hari ini, itu akan 15 menjadi kenyataan besok. Gerakan perkembangan ini didasarkan pada manusia itu sendiri, karena manusia memiliki kebebasan. Untuk ada berarti memiliki keberanian untuk mengambil keputusan yang menentukan hidup seseorang. Akibatnya, jika seseorang tidak berani bertindak, Kami tidak benar-benar ada (dikutip dari Subrata ,

2011).) Eksistensi pada radio dapat digambarkan bahwa ada kelanggengan pada radio untuk selalu meneruskan usahanya di bidang siaran, selalu ada untuk khalayak atau pendengarnya.

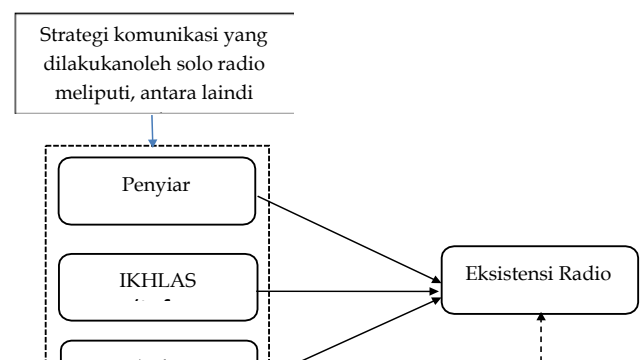
#### E. Penelitian yang Relevan

Penelitian ini ingin mengkaji mengenai “Strategi Komunikasi Yang Diterapkan Solo Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Melalui Program Siaran Manahan”. Berdasarkan tinjauan pustaka, peneliti tidak menemukan penelitian sebelumnya yang sepenuhnya cocok dengan penelitian ini. Namun, banyak peneliti telah melakukan penelitian tentang strategi komunikasi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Vadilla pada tahun 2021 dalam skripsi Strategi Komunikasi Dalam Mensosialisasikan Program Website Layanan Aspirasi Dan Pengaduan Online Rakyat (Lapor) Di Kota Makassar. Penelitian lain tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh Situmorang pada 2019 dalam skripsi Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa Mou Bagi Mahasiswa Berperestasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Selanjutnya penelitian lain tentang strategi komunikasi yakni dilakukan oleh Lianjani tahun 2018 dengan judul Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam Mensosialisasikan Program Smart City. Berdasarkan dengan pemaparan diatas tentang penelitian terdahulu, maka menunjukkan bahwa belum pernah ada penelitian yang sama persis dengan penelitian “Strategi Komunikasi Yang

Diterapkan Solo Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Melalui Program Siaran Manahan” yang telah dibuat oleh peneliti. Perbedaan hanya terletak 16 pada beberapa variabel penelitian, metodologi penelitian, topik penelitian, dan lokasi penelitian.

#### F. Kerangka Pemikiran

Definisi konsep dari strategi komunikasi adalah suatu rencana atau tindakan yang ditetapkan untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu, yang terdiri dari serangkaian langkah atau keputusan mengenai bagaimana pesan atau informasi akan disampaikan, kepada siapa, dan dengan menggunakan media atau saluran komunikasi apa. Strategi komunikasi melibatkan pemilihan sasaran atau audiens yang tepat, pemilihan pesan yang efektif, serta pemilihan media atau saluran komunikasi yang sesuai dengan sasaran atau audiens yang dituju. Strategi komunikasi dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti pemasaran, public relations, kampanye politik, dan sebagainya, dan merupakan bagian penting dari upaya untuk mempengaruhi persepsi atau tindakan orang lain. Kerangka pemikiran mengenai strategi komunikasi solo radio dalam mempertahankan eksistensinya melalui program siaran Manahan yakni melalui beberapa segmen acara, maka dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



## G

a  
m  
ba  
r  
K  
er  
an  
gk  
a  
Pe  
m  
iki  
ra  
n

Keterangan :

Strategi komunikasi mempunyai tahapan berupa tujuan, pesan, sasaran, media, metode dan efektivitas. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Solo Radio yang terdiri dari Penyiar membaca request-an pendengar, IKHLAS (Info Kemacetan Lalulintas), dan FANA (Fakta Manahan)" Dari bagan di atas dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tujuan: Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Solo Radio melalui penyiar membaca request-an pendengar, IKHLAS (Info Kemacetan Lalulintas), dan FANA (Fakta Manahan) bertujuan untuk memberikan informasi yang berkualitas dan menghibur bagi pendengar.

Pesan: Pesan yang disampaikan melalui penyiar membaca request-an pendengar, IKHLAS (Info Kemacetan Lalulintas), dan FANA (Fakta Manahan) adalah informasi yang aktual, bermanfaat, dan mudah dipahami oleh pendengar.

Sasaran: Sasaran dari strategi komunikasi ini adalah pendengar Solo Radio yang membutuhkan informasi mengenai kemacetan lalu lintas dan fakta-fakta menarik tentang Manahan.

Media: Media yang digunakan adalah penyiar radio Solo Radio yang akan membacakan request-an pendengar dan informasi melalui segmen IKHLAS dan FANA.

Metode: Metode yang digunakan adalah penyiar membaca request-an pendengar, IKHLAS (Info Kemacetan Lalulintas), dan FANA (Fakta Manahan) yang disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pendengar.

Efektivitas: Strategi komunikasi ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pendengar terhadap program Solo Radio dan menghasilkan audiens yang loyal serta dapat memperkuat citra positif dari Solo Radio sebagai stasiun radio yang memberikan informasi berkualitas dan menghibur.

Dari tahapan strategi yang dilakukan maka menimbulkan eksistensi yang terus menerus pada kehidupan Solo Radio.

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Artinya, data survei dikumpulkan dalam bentuk kata-kata dan gambar, bukan angka. Sutama (2019) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dirancang untuk menggambarkan dan menganalisis peristiwa, aktivitas sosial, dan fenomena alam.

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami dan menguji pernyataan tentang efektivitas program siaran dengan menjelaskannya dengan studi kasus, dokumen, gambar, dan wawancara, dengan tujuan untuk memastikan pengungkapan dan akses informasi yang tepat.

Desain penelitian yang digunakan peneliti adalah studi kasus. Singkatnya, penelitian ini berfokus pada cara untuk menggali lebih dalam dan memahami keunikan manajemen mahasiswa baru. Dalam studi kasus,

whistleblower tracking menjadi target, baik desainnya diubah atau bersifat emergensi dan biasa-biasa saja, tetapi pengumpulan data dan analisis data dilakukan secara interaktif bukan secara terpisah dan simultan (Sukmadinata, 2013).

a. Peneliti sebagai instrumen

Mengenai keberadaan peneliti sebagai sarana dalam penelitian ini, sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai sarana penting yang secara langsung mengintervensi kehidupan subjek dalam waktu penelitian yang ditetapkan oleh peneliti, dan memperoleh data. Untuk melakukan. Peneliti harus mendapatkan izin terlebih dahulu dari pihak yang bertanggung jawab berdasarkan prosedur yang berlaku atau pihak berwenang yang relevan sebelum tinggal di daerah penelitian. Kehadiran peneliti tidak mengganggu kehidupan subjek sebagai pewawancara atau pengumpul data. Posisi peneliti dalam penelitian kualitatif ini sangat rumit. Peneliti juga perencana, pengumpul data, analis, penafsir data dan, pada akhirnya, reporter temuan penelitian (Moleong, 2015).

b. Peneliti sebagai partisipan.

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti tidak hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai pengumpul data. Peneliti sebagai pengumpul data, kehadiran peneliti sangatlah penting. Inilah salah satu ciri penelitian kualitatif dalam pengumpulan data, karena peneliti sendiri yang melakukan penelitian. Kehadiran peneliti sebagai pengamat/peserta yang berpartisipasi dalam penelitian ini, artinya dalam proses pengumpulan data peneliti mengadakan pengamatan dan mendengarkan

secermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya sekalipun (Moleong, 2002).

Data penelitian didefinisikan sebagai rekaman, bahan berbasis fakta yang sering dipelihara dan diterima oleh komunitas ilmiah bila diperlukan untuk memverifikasi hasil penelitian. Sebagian besar data diproduksi dalam format digital, tetapi semua data studi dimasukkan terlepas dari format di mana mereka diproduksi. (Barnum, 2012). Sumber data penelitian adalah sumber dari mana data dapat diperoleh. Ketika peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara untuk mengumpulkan data, sumber datanya adalah responden, orang yang menjawab pertanyaan peneliti secara tertulis atau lisan. Sumber data berupa responden digunakan dalam penelitian. Ketika peneliti menggunakan suatu dokumen, maka dokumen atau memo tersebut merupakan sumber data dan isi dari memo tersebut merupakan subyek penelitian atau variabel penelitian (Arikunto, 2019).

Sumber data untuk penelitian ini adalah data dari wawancara langsung dengan pemangku kepentingan yang dapat mendukung penelitian ini: stasiun radio dan produser Program Manahan. Penelitian kualitatif membutuhkan sumber data primer berupa kata-kata dan tindakan, dan selebihnya dapat berupa dokumentasi atau bahkan data sebagai tambahan (Moleong, 2015). Dalam penelitian ini, data dan sumber data digunakan sebagai bahan analisis data. Data berupa semua pendapat, komentar dan kegiatan mengenai strategi komunikasi program manahan. Caregiver dalam penelitian ini adalah Program Director Solo Radio, Penyiar dan Produser Program Manahan.

Wawancara adalah dialog antara pewawancara dengan responden untuk memperoleh informasi yang diperlukan, pewawancara adalah pewawancara dan yang diwawancarai adalah yang diwawancarai (Arikunto, 2015). Peneliti menggunakan wawancara untuk menilai kondisi individu dan menemukan data tentang variabel yang diteliti, seperti asal, pendidikan, perhatian, dan sikap terhadap sesuatu. Pengumpulan data dengan memperhatikan, melihat, atau mendengarkan orang, peristiwa, atau informasi melalui observasi disebut observasi. Pengamatan kemudian dicatat (Sutama, 2017). Teknik observasi digunakan untuk mengekstrak data dari sumber data berupa kejadian, tempat atau lokasi dan objek, dan gambar yang direkam. Dokumen sering dijadikan sebagai sumber data karena dapat digunakan untuk pengujian, interpretasi, bahkan prediksi (Moleong, 2015). Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari dokumen-dokumen arsip yang dimiliki oleh subyek penelitian. Dokumentasi dimaksudkan untuk mencakup semua arsip. Anda juga dapat menggunakan Dokumen untuk mendapatkan gambaran lengkap tentang status dokumen dan arsip Anda. Penelitian ini menggunakan arsip sebagai dasar untuk memberikan gambaran dan pengetahuan tentang pengelolaan Program Siaran Manahan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif (Interactive Model of Analysis). Ada tiga komponen analisis dalam model interaktif ini menurut Saldana, Miles dan Huberman (2014), yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan, yang kesemuanya itu berbentuk interaktif dan proses pengumpulan data (data collecting)

sebagai suatu siklus. Berikut penjelasan ketiga kegiatan dalam analisis model interaktif.

#### a. Reduksi data (data reduction)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menjelaskan, mengklasifikasikan, membimbing, membuang, dan mengatur data sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir dan divalidasi.

#### b. Penyajian data (data display)

Penyajian data merupakan salah satu kegiatan menulis laporan agar penelitian yang dilakukan dapat dipahami dan dianalisis secara terarah.

#### c. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan/verifikasi adalah proses meringkas makna temuan penelitian ke dalam kalimat yang singkat, padat, dan mudah dipahami. formulasi farmasi.

Keabsahan data dalam penelitian ini diperiksa dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah adanya berbagai teori yang digunakan dalam praktek untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memenuhi persyaratan. Selain data, ini hanya digunakan untuk tujuan pengelolaan atau sebagai pembanding dengan data (Moleong, 2015).

Triangulasi menurut Moleong (2015) dibagi menjadi empat (4):

a. Triangulasi Sumber, yaitu menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Metodenya bisa melalui wawancara dan observasi, dan juga menggunakan observasi terlibat (participant obervation),

dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Masing-masing cara tersebut menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (insights) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.

- b. Triangulasi Metode, dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Triangulasi pada tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.
- c. Triangulasi Penyidik, yakni dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu peneliti dalam pengumpulan dan analisis data. Tujuan triangulasi penyidik yakni memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian. Namun orang yang diajak menggali data itu harus yang telah memiliki pengalaman penelitian dan bebas dari konflik kepentingan agar tidak merugikan peneliti dan melahirkan bias baru dari triangulasi.
- d. Triangulasi Teori, yakni data yang diperoleh dianalisa dengan menggunakan beberapa sudut pandang teoritis untuk menghindari bias pribadi peneliti mengenai hasil atau kesimpulan yang dihasilkan. Jika peneliti juga berhasil memahami pengetahuan teoritis tentang hasil yang diperoleh dari analisis data, triangulasi teori ini dapat menambah kedalaman pemahaman.

Variasi teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi model sumber karena peneliti mengumpulkan data berupa wawancara, dokumentasi, dan

observasi yang dilakukan di program Manahan.

### **Pembahasan**

Pada akhir tahun 2002, empat direktur utama Radio Ardan, Robby Koesnaedhi, Budi Soesetyo, dan Budi Arifianto dari Solo dan Arifin Gandawijaya dari Bandung, bersama-sama memutuskan untuk memulai bisnis radio di Solo. Untuk mewujudkan rencana ini, pada bulan Mei 2003, keempat direktur tersebut menunjuk Pedhet Wijaya, seorang konsultan manajemen siaran pada saat itu, sebagai General Manager Solo Radio.

Pada tahun 1985-2000 Arifin Gandawijaya mengembangkan Radio Ardan Bandung, dari radio baru sampai dengan radio terkemuka di Bandung. Setelah beliau mengadakan riset, dimungkinkan di kota Solo berdiri sebuah stasiun radio baru yang memiliki prospek menjadi terkemuka, dengan pendengar dan pendapatan iklan terbanyak di kota Solo. Pada bulan Mei 2003 ditetapkan Putri Solo Radio, atau yang biasa disebut dengan Solo Radio sebagai nama radio tersebut. Berlokasi di Jl. Menteri Supeno No. 6, Manahan, Solo.

Setelah 2 bulan pembangunan fisik radio, dimulailah perekrutan karyawan untuk memperlancar mekanisme kerja di Solo Radio. Perekrutan tersebut guna menjaring putra-putri terbaik di kota Solo dalam bidang broadcast. Perekrutan dilakukan dalam 4 tahap seleksi, yaitu tahap fit & proper test yang dilakukan oleh Pedhet Wijaya tahap seleksi kemampuan bahasa asing, tahap interview I dan II yang diselenggarakan di salah satu hotel berbintang di kota Solo. Karyawan

yang lolos tahap interview II efektif bekerja pada bulan September 2003. Pemilihan nama Putri Solo Radio didasarkan pada ciri khas kota Solo yang harus tetap dipertahankan yaitu kelembutan, keluwesan dan keayuan sehingga warganya memiliki kebanggaan tersendiri atas kotanya. Dalam pengembangan usaha ini, Putri Solo Radio memiliki sebuah konsep siaran yang unik yaitu Famous, Fit & Fashionable yang merupakan visi dari kota Solo yang ingin terkenal sehat dan bergaya hidup modern.

Pemilihan warna logo Putri Solo Radio yaitu merah, hijau dan kuning didasarkan pada keinginan untuk mengembalikan ciri khas kota Solo yang sudah melekat sejak dahulu. Untuk keterangan lebih rincinya dapat dilihat pada logo Solo Radio dibawah ini, yang diambil dari company profile perusahaan



Logo Solo Radio diatas tersebut adalah logo baru yang berasal dari logo lama yang diperbaharui. Di logo lama, terdapat tulisan "putri", yang diambil dari kata Putri Solo Radio. Namun seiring perkembangan, nama Putri Solo Radio berubah menjadi hanya Solo Radio. Berikut adalah penjelasan dari logo diatas:

Tulisan „Solo“ - warna hijau, digambarkan sebagai kota Solo yang tetap sejuk. Tulisan „ Radio“ - warna

kuning, sebagai penggambaran persahabatan.

Icon smile pada huruf „O“, digambarkan sebagai keramahtamahan kota Solo. Tanda titik dua dan kurung tutup pada huruf „O“ (kata „Radio“), sebagai penggambaran Putri Solo Radio dilengkapi dengan teknologi tinggi (teknologi informasi) Tanda garis bawah - warna merah, sebagai penggambaran penggabungan dua kata menjadi satu variable kata dan simbol ini memiliki nilai yang sangat penting. Dalam perkembangannya, nama Putri Solo Radio menjadi lebih familiar dikenal dengan nama Solo Radio.

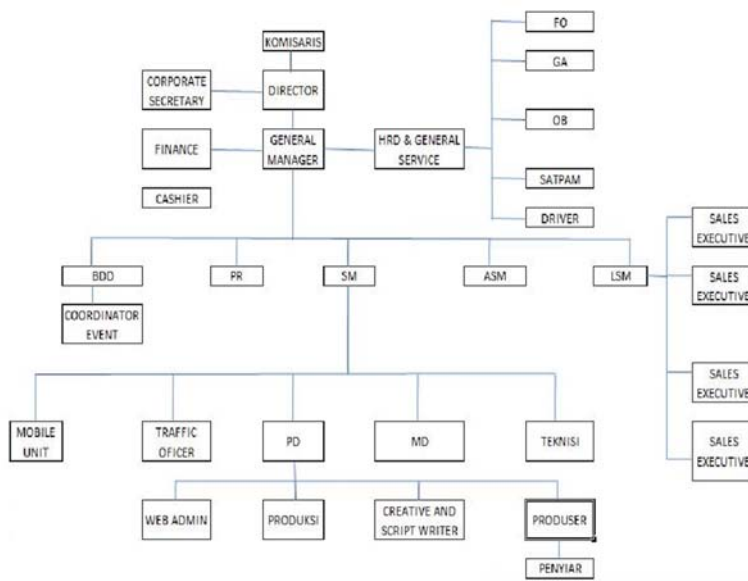
Solo Radio merupakan radio berkonsep anak muda, dengan rentangan usia antara 15 sampai 30 tahun. Dengan Tag line “ Famous , Fit , and Fasionable Station In The City”. Musik yang diputar hanya musik-musik hits terbaik yang disukai anak muda. Dengan komposisi 50% musik barat dan 50% musik Indonesia yang format lagunya adalah Top 40, RnB, Pop Kreative, Indie, Slow Rock, Jazz.

Sebagai media komunikasi massa yang berfungsi untuk menjadi perekat dan kontrol sosial, sehingga melalui media tersebut segenap potensi dan partisipasi masyarakat dapat disinergikan untuk peningkatan kesejahteraan sosial seluruh warganya.

Solo Radio menjadi media terbaik dalam mengartikulasikan „keayuan“ kota Solo dengan bahasa metropolitan, serta menjadi kebanggaan warga Solo.

Solo Radio menjadi media interaksi terpercaya seluruh elemen masyarakat. Serta berperan aktif dalam upaya menjaga dan meningkatkan citra kota Solo sebagai pusat perdagangan busana dan pusat olah kanuragan, serta menampilkan keelokan kota dan sportifitas warganya dalam konsep siaran yang disebut : Famous, Fit &

Fashionable.



**Bagan 4.2 Struktur Organisasi**

Dalam sebuah organisasi tentunya terdapat pembagian tugas dan wewenang. Pembagian tugas yang jelas akan mempermudah terciptanya sebuah performa kerja yang efektif dan efisien. Dibawah ini merupakan Job Description 92.9 FM Solo Radio :

- 1) Operational Manager, bertindak sebagai direktur pelaksanaan harian
- 2) Finance, Bertanggung jawab terhadap segala pengeluaran dan pemasukanf uang di Solo Radio.
- 3) Account Executive, Bertugas sebagai bagian periklanan yang membawahi bagian sales dan berfungsi menjual kepada pemasang iklan.
- 4) Marketing, PR, dan Promotion, bertanggung jawab terhadap penjualann promosi terhadap klien, serta mengejar target pendapatan yang ditetapkan oleh perusahaan dan juga bertugas menciptakan ide-ide untuk beriklan yang nantinya akan ditawarkan kepada calon klien.
- 5) HRD & General Affair, bertanggung jawab terhadap kelancaran proses kerja para karyawan dan staf perusahaan.

6) Program Direcor, bertanggung jawab membuat program acara dan mengawasi jalannya program yang sedang berjalan.

7) Creativ Director, bertanggung jawab dalam pembuatan pernik siar,jingle, Id"s, voxpop ,dll.

8) Music Director, bertugas menyusun playlist serta mencari lagu-lagu yang nantinya akan diputarka pada waktu on-air.

9) Producer, bertugas membantu penyiar saat melakukan on-air,mulai dari menyiapkan materi untuk menjadi bahan siar penyiar, dan juga menghubungkan antara pendengar dengan penyiar melalui saluran telepon, social media, dan juga membuat dan merekam program.

10) Operator, bertanggung jawab dalam bidang penyiaran, pemutaran iklan,

playlist lagu, dengan materi siaran yang telah disiapkan sebelumnya.

11) Traffic officer, bertanggung jawab terhadap pemasang spot iklan dan pengaturan jadwal pemutaran iklan.

12) Announcer, bertugas membawa program acara yang telah dibuat oleh program director.

13) Even Director, bertugas membuat konsep event atau acara yang akan diselenggarakan oleh perusahaan atau kerja sama dengan pihak lain.

14) Event Officer, bertugas membantu event director dalam membuat event atau acara yang



diselenggarakan oleh perusahaan atau pihak lain.

15) Administration officer, bertugas dalam hal surat menyurat, dokumentasi, arsip, dll.

16) Technician, bertanggung jawab atas kelancaran dan pemeliharaan alat-alat pemancar radio.

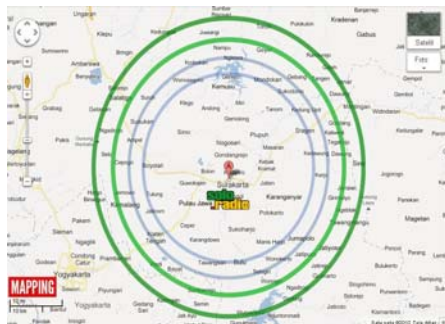
17) Security, bertanggung jawab terhadap keamanan di lingkungan perusahaan.

18) Driver, memberi kelancaran dan kemudahan bagi staf atau karyawan yang sedang melaksanakan tugas di luar studio.

19) Office Boy, bertugas memelihara semua peralatan dan perlengkapan kantor serta membersihkan seluruh ruangan kantor.

Data teknik standard dari Solo Radio adalah sebagai berikut. Pemancar: BE Inc, USA. Solid State transmitter, FM Digital Audio Processor, ERI, USA-4 Bay Circularly FM Antenna, Self-support Tower 80 meter, Audiotronics, USA. 12 CH Audi Mixer, Digital Radio Automation systems, Digital Audio Workstation for radio production. Selain menggunakan peralatan siaran professional berstandard internasional, Solo Radio menambahkan teknologi yang belum dimiliki radio siaran lain di Solo maupun Jawa Tengah yang memungkinkan Solo Radio melayani lebih baik, lebih akurat dan lebih cepat kepada pendengar maupun mitra bisnis. Adapun frekuensi dari Solo Radio adalah FM 92.9 MHz, dengan daya pancar 3000 watt. Daya

sebesar itu mampu menghasilkan coverage area atau radius pancar sejauh 60 Km efektif. Adapun radius siarannya mencakupi wilayah



Solo, Karanganyar, Wonogiri, Klaten, Boyolali, Sragen, Pacitan, Gunung Kidul, Jepara, dan masih banyak lagi.

Komisaris, Solo Radio merupakan akumulasi pengalamannya dalam mendirikan bisnis yang memenangkan persaingan usaha di bidangnya masing-masing secara sehat dan professional.

Oleh karena itu usaha-usaha para komisaris Solo Radio menjadi pilar utama dari jaringan usaha PT. Bintang Media Swara sebagai penyelenggara Solo Radio. Perusahaan-perusahaan itu adalah Radio Ardan Bandung, radio #1 di Bandung sejak 1984. Radio Cosmo, radio dangdut paling keren di Bandung sejak 2001. B Radio yang peduli kesehatan di Bandung sejak 2001. Kallista, perusahaan garmen orientasi ekspor di Solo sejak 1995. Putri Salju,

perusahaan es di Solo sejak 1987. Orient Restaurant, restoran Chinese Food terkenal di kota Solo. PT. Panggung Motor, main dealer Yamaha Motor. Hotel Pondok Asri di Tawangmangu, penginapan paling eksklusif. Dan Farm, sebuah peternakan ayam, sapi, babi, dan kambing. Usaha yang baru saja dirintis di tahun 2012 adalah Majalah Paduan, yaitu majalah lifestyle seputar kota Solo yang lokasinya bergabung menjadi satu dengan Solo Radio.

Musik yang disiarkan Solo Radio sangat beragam jenis dan genrenya. Antaralain adalah musik yang termasuk dalam Top 40, atau musik yang sedang digemari diberbagai tangga lagu/chart. Musik R&B, Rock, Pop (indie dan mainstream), Musik Humor Solo dan Jazz. Untuk informasi yang disiarkan di Solo Radio antara lain, Infotainment, yang mencakup informasi tentang musik, film, modelling/fashion, dan showbiz. Selain infotainment, informasi lain yang kerap disiarkan di Solo Radio adalah olahraga, dengan cakupan tennis (lokal Solo, Indonesia, serta international tournament), Fitness (lokal Solo, Indonesia, serta international tournament), Bulutangkis (lokal Solo, Indonesia, serta international tournament), Basket (lokal Solo, Indonesia, serta international tournament) dan Sepakbola (lokal Solo, Indonesia serta international tournament). Seni dan budaya, baik itu yang lokal maupun internasional juga menjadi informasi yang kerap disajikan di Solo Radio. Cakupan dari seni dan budayanya antarlain, busana, kejawaan, tari, teater, lukis, desain, tata boga, kriya, dan tata kota.

Solo Radio mengudara setiap hari dimulai dari pukul 06.00 pagi hingga 02.00 dini hari. Berikut adalah perincian acara-acara yang disiarkan di Solo Radio, dengan

tabel jadwal dilampirkan sebagai gambar. Data diambil dari company profile dan data perusahaan.

| Waktu       | Senin       | Tuesday     | Wednesday   | Thursday    | Friday      | Saturday    | Sunday      |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 06:00-10:00 | SRIWEDARI   | SRIWEDARI   | SRIWEDARI   | SRIWEDARI   | SRIWEDARI   | SRIWEDARI   | SRIWEDARI   |
| 10:00-13:00 | INDO BANGET | INDO BANGET | INDO BANGET | INDO BANGET | INDO BANGET | INDO BANGET | INDO BANGET |
| 13:00-16:00 | Balekambang | Balekambang | Balekambang | Balekambang | Balekambang | Balekambang | Balekambang |
| 16:00-19:00 | MANAHAN     | MANAHAN     | MANAHAN     | MANAHAN     | MANAHAN     | MANAHAN     | MANAHAN     |
| 19:00-24:00 | LEK-LEKAN   | LEK-LEKAN   | LEK-LEKAN   | LEK-LEKAN   | LEK-LEKAN   | LEK-LEKAN   | LEK-LEKAN   |

#### a. Daily Program

1) SRIWEDARI : Acara yang mengudara pertama kali di pagi hari. Berkonsep morning show yang dikemas secara fresh and fun berdurasi selama 4 jam dan terbagi menjadi 4 segmen yaitu:

a) SARAPAN (Sapaan Penuh Harapan ), di jam 06.00- 07.00 penyiar akan menyapa sololovers ( sapaan untuk pendengar setia Solo Radio). Penyiar akan membaca rikuestan yang telah dikirim melalui sms, mention lewat twitter dan juga official akun LINE Solo\_Radio.

b) IKHLAS (Info Kemacetan Lalulintas), dalam segmen ini di jam 07.00 -

08.00 penyiar akan memberikan informaaasi seputar lalu lintas dan kemaacetan kota Solo dengan bekerja sama dengan Dinas KomInfo Kota Solo.

c) Disegmen ke tiga yang dimulai dari jam 08.00 – 09.00, selama satu jam acara ini berisi obrolan dengan tetertjadi dikehidupan kita sehari-hari dengan teman yang berbeda setiap harinya yang sudah ditentukan oleh Producer dan Prograam Director dalam raapat mingguan. Pendengar bisa ikut dalam obrolan ini dengan interaksi via telpon, sms, atau social media

2) Solo Info (Berita dan Informasi), berisikan informasi dan berita seputar kota Solo dan dilanjutkan segmen terakhir “ Tau nggak seeeh” berisi info fakta- fakta unik, kejadian hari itu dan sebagainya

3) INDO BANGET : Acara yang berkonsep full lagu-lagu dalam negeri dengan membuka line sms request dan juga penyiar memberikan info-info terbaru

seputar berita selebritas dalam negeri, info, album terbaru, single terbaru, dll. Program Indo Banget melebur lagu indie yang easy, yang nge-pop.

4) BALEKAMBANG (Banyak Lagu Yang Kamu Banget) : Acara yang berkonsep full lagu-lagu mancanegara dan juga Indonesia dengan membuka line sms request dan juga penyiar memberikan info-info terbaru seputar berita selebritas luar negeri, album terbaru, single terbaru, dan lainlain.

5) MANAHAN (Makin Asik Makin Ga Nahan): Berkonsep evening show yang dikemas secara fresh and fun berdurasi selama 4 jam dan terbagi menjadi 4 segmen yaitu :

a) Di sesi pertama jam 16.00- 17.00 penyiar akan menyapa sololovers (sapaan untuk pendengar setia Solo Radio). Penyiar akan membaca rikuestan yang telah dikirim melalui sms, mention lewat twitter dan juga official akun LINE Solo\_Radio.

b) Di sesi ke dua ada segmen,IKHLAS (Info Kemacetan Lalulintas), dalam segmen ini di jam 17.00 -18.00 penyiar akan memberikan informaaasi seputar lalu lintas dan kemaacetan kota Solo dengan bekerja sama dengan Dinas KomInfo Kota Solo.

c) FANA ( Fakta Manahan), berisikan informasi dan berita seputar kota Solo dan dilanjutkan segmen terakhir “ Tau nggak seeeh” berisi info fakta-fakta unik, kejadian hari itu dan sebagainya.

d) Disegmen ke tempat yang dimulai dari jam 19.00 – 2.00, selama satu jam acara ini berisi obrolan dengan tetertjadi dikehidupan kita sehari-hari dengan teman yang berbeda setiap harinya yang sudah ditentukan oleh Producer dan Prograam Director dalam raapat mingguan. Pendengar bisa ikut dalam obrolan ini dengan interaksi via telpon, sms, atau social media

6) Lek-lekan: Berasal dari bahasa jawa “Lek-Lekan” yang artinya Begadang.Program ini mengudara satu minggu full mulai tengah malam hingga pukul 2 pagi. Program ini bertujuan menemani pendengar yang ingin begadang atau sebagai program pengantar tidur. Berisi obrolan ringan seputar kehidupan,budaya, dan lain-lain.

#### b. Special Program

1) SARAPAN PAGI (Santai Akhir Pekan Di Pagi Hari) : Sebuah program siaran special di hari Sabtu dan Minggu mulai dari jam 06.00 - 10.00. Program yang memberikan informasi ringan dan unik kepada pendengar. Biasanya lebih banyak siaran diluar (off air) seperti Car Free day pada hari minggu

2) Rebahan (Rikuest Kebahagiaan ) Program 3 jam yang dimulai pukul 20.00-

23.00 ini merupakan program asik yang menemani sololovers bersantai di malam hari. Pendengar bisa merequest dengan bebsa lagu apa saja yang membuat merekaa bahagia sesuai dengan judul program REBAHAN, Rikuest Kebahagiaan.

3) Happy Weekend: Program siaran On Air dengan konsep siaran diluar studio Solo Radio. Program ini bertujuan untuk mendekatkan Solo Radio dengan masyarakat umum, pendengar, komunitas, klien, dan berbagai elemen pendukung siaran Solo Radio. Ada request on the street, community show up, tenant speak up.

4) Eazy Sunday : Program acara yang memanjakan pendengar peminat musik jazz. Memutar lagu jazz baik dalam maupun luar negeri dan berisikan informasi terbaru seputar dunia jazz, Info album, lagu, single, gigs.

5) Ada cinta di udara : Versi baru dari ada cinta di udara sebelumnya. Program ini dibuat untuk ajang curhat cerita-cerita cinta dengan pengemasan yang lebih

lovely. Penyiar dapat menyajikan cerita cinta dengan "semi drama" dibumbui akting yang maksimal, agar pendengar semakin larut kedalam kisah cinta yang menarik.

6) Jomblish (jomblo of the wish) : Acara biro jodoh di radio. Pendengar dapat berpromosi diri, saling bertukar nomer handphone, alamat facebook, twitter lewat siaran di udara. Jomblish juga bisa dikembangkan dalam acara "Jomblish Nembak". Dimana pendengar bisa "nembak" calon pasangannya secara on air dalam acara ini.

7) Smash Your Ace : Subkultur musik rock masih sangat kental di kota Solo dan sekitarnya, keberadaan band-band, gigs, event musik rock juga masih harus diperhitungkan. Acara ini berisi konten metal, rock, scream, hardcore, deathmetal, grindcore , dari band-band dalam

maupun luar negeri. Info gigs, info album, review album, review gigs.

8) Youth Speak : Acara ini berisi obrolan anak muda dan tanggapan anak muda tentang berita, peristiwa, informasi yang update. Obrolan tentang kehidupan, politik, budaya, dll dikemas dengan cara pandang anak muda. Youth Speak juga bisa mengundang LSM / Dokter / Psikolog untuk menambah konten- konten yang lebih berbobot" - misalnya kesehatan seks, narkoba, dll.

9) Indo Sakodi: acara Chart lagu indonesia, acara chart menjadi ajang unjuk lagumasing masing artis yang ada, selain tangga lagu acara chart ini juga berisi info-info terbaru dari masing-masing artis, musisi, dll

10) Top 40 Ace : Program acara Chart lagu barat. Acara chart menjadi ajang unjuk lagu masing-masing artis yang ada. Selain tangga lagu, acara ini juga berisi info-info terbaru artis atau musisi, dll.

11) Indielism : Program tangga lagu untuk band-band Indie/ sidestream/ cutting edge dari dalam negeri. Program ini berdurasi selama dua jam, satu jam pertama berisi informasi, news, review gigs, preview gigs, dan talkshow dengan band indie.

12) Classic Spin : Program acara ini akan membawa kita kembali ke masa lalu, dengan bahasan tema-tema cerita masa lalu dan lagu-lagu yang memorable. Lagu jaman dahulu pun juga masih bisa didenger sebagai media nostalgia sambil bersantai di minggu malam.

13) Lekat (Lebih dekat) : Program yang "mendekatkan" Sololovers dengan artis, musisi, band atau tokoh yang tidak terduga sebelumnya. Penyiar akan membedah album, karyanya, dan cerita unik seputar kehidupan tokoh yang sedang dibahas yang mungkin belum pendengar tahu selama satu jam (21:00-22.00) setiap Kamis.

Penjabaran mengenai program Solo Radio di atas akan dilengkapi dengan tabel jadwal berikut ini:

## Penutup

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan pada bab-bab sebelumnya, pada bab ini peneliti

mencoba merangkum dan menarik beberapa kesimpulan tentang strategi komunikasi solo radio dalam mempertahankan eksistensinya melalui program siaran manahan sebagai berikut:

Berdasarkan wawancara diperoleh gambaran bahwa solo radio sudah melakukan komunikasi yang efektif berupa memakai bahasa tongkrongan, bahasa ke teman, santai dan merasa dekat dengan khalayak, melibatkan audien dalam konten siaran, penyiar melakukan komunikasi yang interaktif., mengusung konsep local tema berhubungan dengan tema anak muda, diselingi dengan Bahasa daerah sehingga intinya menysasar audiens, melakukan komunikasi dua arah, interaktif, kemudian juga menyesuaikan dengan khalayak yang berupa anak muda, dilakukan secara berulang, mengadakan kuis, ngobrol santai. Dapat disimpulkan juga bahwa untuk membuat program siaran mendapat perhatian dan popularitas dari khalayak, ada beberapa strategi yang dilakukan oleh Solo Radio. Pertama, penggunaan bahasa yang up-to-date dan trend di media sosial bisa membantu membuat program siaran terlihat lebih relevan dan menarik bagi audiens. Kedua, menyertakan lagu-lagu terpopuler yang masuk top 40 dalam program siaran guna membantu menarik perhatian pendengar, juga melakukan personal branding yang kuat dan memperkenalkan siapa sebenarnya penyiar agar terbangun hubungan dan meningkatkan kredibilitas dengan audiens. Adaptasi dengan teknologi juga merupakan hal yang penting, sehingga Solo Radio memaksimalkan fungsi media sosial dengan cara sharing konten dan memperkenalkan wajah penyiar di sosial media khususnya Instagram agar terbangun hubungan dan popularitas, diikuti dengan acara mengadakan kuis, giveaway ataupun goodie bag sehingga hal tersebut bisa menarik perhatian dan membuat program siaran lebih menyenangkan bagi audiens. Menyediakan streaming agar program siaran bisa didengarkan oleh orang di luar kota juga dilakukan oleh Solo Radio agar bisa membantu meningkatkan jangkauan audiens hingga luar kota, kemudian Solo radio selalu berusaha untuk menjaga agar program siaran tidak monoton dan selalu mengikuti trend dan juga penambahan jokes dan membahas hal-hal yang sedang viral juga dilakukan oleh Solo Radio agar bisa membantu meningkatkan keunikan dan popularitas program siaran.

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh gambaran juga bahwa menjaga hubungan baik dengan audiens dengan menganggap mereka sebagai teman nongkrong dapat memperkuat personal branding. Hal tersebut dilakukan oleh penyiar dengan cara sering mem-posting foto diri di media sosial, dan ketika rating siaran menurun, seorang program director memberikan dukungan kepada penyiar. Langkah lain untuk menjaga eksistensinya maka Solo Radio membuat story dan konten menarik di media sosial selain itu juga suara penyiar harus selalu terdengar tersenyum, ceria, akrab, membuat audiens merasa seperti berbicara dengan sahabat, sehingga memperkuat ikatan emosional. Menjaga mood penyiar selama siaran juga penting agar siaran terdengar menyenangkan dan bagus. Temuan menunjukkan bahwa siaran sebenarnya ditujukan untuk anak muda, tetapi bisa juga dinikmati oleh audiens dengan usia yang lebih tua. Segmentasi anak muda tetap dipahami, tetapi obrolan santai yang disajikan bisa dinikmati oleh audiens dari segala usia.

Adapun strategi komunikasi yang diterapkan Solo radio dalam mempertahankan eksistensinya melalui program siaran Manahan adalah: 1). Menghadirkan konten yang berkualitas: Solo Radio memastikan bahwa setiap siaran Manahan yang disiarkan memiliki konten yang menarik dan bermanfaat bagi pendengar. Selain itu, mereka juga memastikan bahwa para penyiar memiliki kualitas suara yang baik dan mampu menyampaikan pesan dengan jelas; 2). enjalin hubungan baik dengan pendengar: Solo Radio selalu berusaha untuk menjalin hubungan baik dengan para pendengarnya. Mereka sering mengadakan acara yang melibatkan pendengar, seperti pertemuan dengan penyiar atau tur ke studio Solo Radio. Selain itu, mereka juga memperhatikan setiap masukan dan saran yang diberikan oleh pendengar; 3). Menggunakan media sosial: Solo Radio aktif dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan program siaran Manahan mereka. Mereka sering mengunggah cuplikan siaran Manahan dan berinteraksi dengan pendengar melalui media social; 4). Mengadakan event dan promosi: Solo Radio juga sering mengadakan event dan promosi untuk mempromosikan program siaran Manahan mereka. Beberapa event yang diadakan antara lain konser musik dan talkshow dengan tokoh atau artis terkenal.

Setelah peneliti mendapatkan gambaran tentang Gambaran Strategi Komunikasi Yang Diterapkan Solo Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Melalui Program Siaran Manahan maka peneliti menambahkan beberapa saran yang semoga bisa bermanfaat untuk berbagai pihak. Adapun saran-saran ini adalah:

1. Bagi pihak solo radio untuk tetap mempertahankan strategi komunikasinya sehingga eksistensinya terus berlanjut dari generasi ke generasi selanjutnya..
2. Kepada penyiar radio untuk tetap mempertajam personal branding dan terus membuat inovasi saat melakukan siaran.
3. Bagi pihak audiens agar terus melestarikan eksistensi radio-radio yang ada di solo agar tidak terjadi kepunahan program siaran radio.

#### Daftar Pustaka

##### Jurnal

Rozaq. (2017). Strategi Komunikasi 92,9 FM Solo Radio Dalam Mendapatkan Perhatian Pendengar.

Siti Hoelilah, "Efektivitas Program Siaran Radio Manajemen Qalbu (MQ) dalam Pengembangan Masyarakat Muslim". (Skripsi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2017), h. 8.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Renika Cipta, 2014), h. 272.

Effendy, O.U. (2006). Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek, Bandung : PT. Remaja.

Rosdakarya.

Lang, A. (2015). Fairfax Radio Network's News Talk 3aw Starts 2015 As Number One Station In Melbourne Winning Every Shift From Breakfast To Drive. Journal of Radio Survey Result. Melbourne: Fairfax Radio Network.

Asep Syamsul M. Romli, Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran

Radio, (Bandung:Nuansa Cendekia, 2017), h. 65.

[Aries](https://ekbisnews.com/perilaku-pendengar-radio-pada-era-digital/) 11, 2021  
<https://ekbisnews.com/perilaku-pendengar-radio-pada-era-digital/>

##### Buku

*Rangkuti, F. 2015. Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama*

*Masduki. 2013. Menjadi Broadcaster Profesional. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara.*

*Arifin, Anwar. 1994. Strategi Komunikasi. Bandung: Armico*

*Cangara, H. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.*

